

STRATEGI VISUAL ANIMASI INTERAKTIF “KELILING JAWA”

Santo^{*)}

Abstract

The Visual Strategy of Interactive Animation “Around Java”. Interactive animation “Around Java” is an interactive animation packed with digital technology, in which there is a visual language in the form of animation and audio to introduce Javanese island culture. Interactive animation “Around Java” is very special because there are social goals to convey educational information or messages about the richness of Indonesian culture. The aesthetic approach is to analyze the object of research using the criteria, principles, and general phenomena of scientific theories, namely graphic design, animation, communication and UI/UX. The result is based on formalistic side is indicated that interactive animation “Around Java” is effective in terms of visual appearance, and in terms of communication as a messenger of the cultural message which can be conveyed well and clearly because it is supported by audio visual and interesting interaction experiences.

Keywords: culture, interactive animation around Java, formalistic, communication

Abstrak

Strategi Visual Animasi Interaktif “Keliling Jawa”. Animasi interaktif “Keliling Jawa” merupakan sebuah animasi interaktif yang dikemas dengan teknologi digital, di mana di dalamnya terdapat bahasa visual berupa animasi dan audio untuk memperkenalkan budaya pulau Jawa. Animasi interaktif “Keliling Jawa” menyimpan keistimewaan karena ada tujuan sosial dalam menyampaikan pesan informasi yang mendidik tentang kekayaan budaya Indonesia. Pendekatan estetik yang dilakukan adalah menganalisis objek penelitian dengan menggunakan kriteria, prinsip, dan fenomena umum teori-teori keilmuan, yaitu desain grafis, animasi, komunikasi dan UI/UX. Hasilnya adalah berdasarkan aspek formalistik, animasi interaktif “Keliling Jawa” efektif dari segi penampilan visual, dan secara aspek komunikasi sebagai penyampai pesan budaya dapat menyampaikan pesan dengan baik dan jelas karena didukung dengan audio visual serta pengalaman interaksi yang menarik.

Kata kunci: budaya, animasi interaktif keliling Jawa, formalistik, komunikasi

^{*)} Universitas Sampoerna
e-mail: santo.tjhin@sampoernauniversity.ac.id

Pendahuluan

Indonesia dengan keanekaragaman suku budaya dan bahasa yang majemuk ditambah kekayaan flora dan fauna yang melimpah, merupakan kekayaan tak ternilai yang dimiliki oleh Indonesia. Tentu akan sangat bijak bila dikelola dengan baik dan dilestarikan agar menjadi warisan budaya. Warisan budaya, menurut Davidson (1991: 2) adalah “produk dan hasil budaya fisik dari tradisi-tradisi yang berbeda dan prestasi-prestasi spiritual dalam bentuk nilai dari masa lalu yang menjadi elemen pokok dalam jati diri suatu kelompok atau bangsa”. Nilai budaya berasal dari budaya-budaya lokal yang ada di nusantara, di antaranya meliputi: tradisi, cerita rakyat dan legenda, bahasa ibu, sejarah lisan, kreativitas (tari, lagu, drama pertunjukan), kemampuan beradaptasi dan keunikan masyarakat setempat (Galla, 2001: 12). Seperti telah diketahui, keanekaragaman budaya yang dimiliki Indonesia selalu diklaim dan diakui oleh negara tetangga. Hal ini tentu mengusik rasa nasionalisme bangsa Indonesia dan menjadi pekerjaan rumah yang tidak mudah.

Melalui budaya lisan, para pendahulu melakukan aktivitas bercerita dari generasi ke generasi secara turun temurun agar pelestarian warisan budaya dapat terjaga. Budaya lisan masih bisa dijumpai dengan mengadopsi teknologi yang berkembang. Sementara budaya visual adalah salah satu wujud kebudayaan konsep (nilai) dan kebudayaan materi (benda) yang kasat mata serta dapat dipahami sebagai gagasan manusia untuk meningkatkan kualitas hidup. Budaya visual terdiri dari beragam aspek yang ujungnya berkaitan dengan wujud riil dari sebuah gagasan manusia yang bisa berupa karya, seperti beragam seni lukis, kriya, instalasi, film, komik, *game*, media cetak, iklan dan lain-lain. Perkembangan teknologi turut membawa bahasa visual ke era perubahan di dalam teknik pembuatannya yakni era digital, yang tentunya mempermudah dan mempercepat proses pembuatan bahasa visual (animasi).

Menurut Scoot McCloud, seiring dengan semakin kompleksnya teknologi yang membedakan media yang satu dengan yang lainnya, maka perbedaan konseptual mereka akan mejadi lebih penting daripada sebelumnya. Perkembangan teknologi dan tingkat kemudahan pembuatan animasi interaktif, mendorong dan menjadi sumber inspirasi dalam memperkenalkan warisan budaya Indonesia. Dimulai dari pembuatan animasi “Keliling Jawa” yang dikemas dalam CD animasi interaktif, di mana bercerita tentang budaya yang terdapat di pulau Jawa.



Gambar 1. Tampilan Animasi Interaktif “Keliling Jawa”
(Sumber: CD Interaktif “Keliling Jawa”)

Sesuai dengan namanya, animasi interaktif adalah jenis animasi yang memiliki visual kartun atau gambar humoris di dalamnya. Animasi interaktif merupakan karya seni yang kompleks, sarat dengan strategi visual dan penyampaian pesan. Ada keterkaitan teks dengan bahasa visual yang ditampilkan dengan faktor-faktor pembentuk visual. Penelitian ini diharapkan dapat mengangkat dan menunjukkan peran keunggulan strategi visual yang dimiliki oleh animasi interaktif, karena menjadi tumpuan bagi animasi interaktif sebagai media strategi komunikasi visual alternatif yang efektif dalam melestarikan dan mensosialisasikan warisan budaya Indonesia. Melalui penelitian ini diperoleh pemahaman akan visual animasi interaktif dan pengungkapan strategi visual ditinjau dari segi formalistik, serta penyampaian pesan budaya yang dihasilkan oleh animasi interaktif “Keliling Jawa”, sehingga bermanfaat untuk penelitian tentang aplikasi keanekaragaman budaya Indonesia melalui animasi interaktif yang baik dan bermutu.

Metode

Bentuk-bentuk Teknik Pembuatan di dalam Animasi

Animasi komputer mencakup berbagai teknik, namun kesamaannya adalah bahwa animasinya dibuat secara digital di dalam sebuah komputer. Gambar atau figur animasi 2D dibuat dan diedit dengan menggunakan gambar Bitmap 2D atau juga gambar Vector 2D di dalam komputer. Dalam hal ini juga termasuk versi komputerisasi otomatis dari teknik animasi tradisional seperti *tweening*, *morphing*, dan *rotoscoping*. Sedangkan animasi 3D adalah animasi yang menggunakan model kerangka yang diciptakan secara digital yang disebut *mesh* yang kemudian dapat dimanipulasi untuk digerakkan dan lain sebagainya. Proses ini disebut *rigging*. Bila animasi 2D lebih berfokus dalam memanipulasi pergerakan, maka animasi 3D lebih berfokus dalam menciptakan sebuah dunia maya di mana antara objek dan karakter saling berinteraksi dan bergerak.

Pergerakan

Selain gambar, pergerakan adalah unsur terpenting yang kedua dalam pembentukan sebuah animasi. Sebuah animasi haruslah memiliki pergerakan suatu objek atau karakter baik dari satu titik ke titik yang lain maupun pergerakan dalam anggota tubuhnya seperti pergerakan tangan, pergerakan mulut dan lain sebagainya. Bila gambar tersebut tidak memiliki pergerakan atau sebuah upaya untuk menimbulkan efek bergerak maka gambar tersebut belum dapat dikategorikan sebagai sebuah animasi.

Suara/Musik

Penggunaan suara atau musik sebagai cara untuk lebih menonjolkan karakteristik sebuah tokoh atau tema di dalam sebuah animasi pertama kali dipopulerkan oleh Walt Disney seorang animator dari Amerika dalam karyanya yang berjudul “Steam Boat Willy” (1928). Kini penggunaan musik dan proses pengisian suara karakter yang biasa disebut *dubbing* sudah dapat ditemukan dalam hampir seluruh karya film animasi yang ditampilkan di dalam media massa komersil seperti televisi dan layar lebar. Untuk menciptakan sebuah tema yang sesuai dengan

karakteristik film animasi dibutuhkan sebuah *sense of art* seperti halnya dalam menciptakan sebuah lagu untuk film *live action*. Animasi dan sinematografi kini sudah semakin sering membaaur dan saling berhubungan antara yang satu dengan yang lainnya.

Alur Cerita/Storytelling

Dalam upaya untuk menampilkan sebuah cerita, animasi layaknya sebuah film *live action* membutuhkan sebuah susunan atau rangkaian adegan yang didesain agar mampu menggiring penontonnya untuk memahami dan mengerti makna, pesan dan misi yang hendak disampaikan di dalam animasi tersebut. Sebuah alur cerita di dalam animasi juga tidak harus selalu berdasarkan pada waktu yang linear, namun juga dapat maju dan mundur dalam upaya membangun suasana dan tema yang hendak dicapai. Penggunaan sebuah *storyboard* (deretan gambar yang berfungsi sebagai perancangan visual adegan di dalam sebuah film) di dalam sebuah animasi sudah dilakukan sejak tahun 1930-an oleh Walt Disney Studio untuk menghasilkan sebuah alur cerita yang baik.

Komunikasi

Komunikasi diartikan sebagai kata kerja, yaitu proses pemberitahuan. Dalam proses pemberitahuan ada pihak yang memberitahu dan ada pihak yang diberitahu. Pihak yang memberitahu dan diberitahu dipersatukan oleh isi pemberitahuan, dan isi pemberitahuan ini (informasi) lalu menjadi milik bersama. Komunikasi antar individu menggunakan kata-kata/bahasa (simbol verbal). Inilah yang disebut komunikasi interpersonal. Komunikasi interpersonal yang dilakukan dengan saling berhadapan disebut komunikasi tatap muka (*face to face communication*).

Manusia kemudian membentuk kelompok-kelompok, yang memungkinkan munculnya proses komunikasi baru yakni komunikasi kelompok (*group communication*). Kelompok manusia berkembang menjadi massa, lalu lahirlah bentuk proses komunikasi baru yang disebut komunikasi massa (*mass communication*). Arti komunikasi massa ketika itu adalah proses komunikasi dengan massa, tanpa menggunakan sarana atau alat bantu. Proses komunikasi massa seperti ini disebut retorika atau pidato.

Penemuan teori dasar elektronika ini ternyata mampu mempercepat perkembangan teknologi elektronika dan mempercepat penyebaran arus informasi ke berbagai sudut dunia dan ruang angkasa yang tidak mungkin lagi dibatasi oleh ruang dan waktu. Mulanya, komunikasi media massa baru berwujud arus informasi yang hanya berjalan satu arah, yaitu dari pengelola media massa ke arah khalayak sasaran. Saat ini telah diciptakan media massa baru yang memungkinkan arus informasi berjalan dua arah, baik dari pengelola media massa ke khalayak maupun sebaliknya. Media massa baru ini disebut telematika seperti komputer komunikasi dan televisi kabel interaktif (*interactive cable television*).

User Interface (UI)

User Interface (UI) merupakan bentuk tampilan grafis yang menghubungkan langsung sistem operasi dengan pengguna. Tujuan dari UI adalah memudahkan pengguna (manusia) dalam pengoperasian dan kontrol mesin yang efektif, efisien serta menyenangkan dengan cara menghasilkan hasil yang diinginkan. Menurut Mohammad Dastbaz (2003: 108), *human-computer interaction* tidak dapat terlepas dari istilah *user interface* atau antarmuka pemakai. Kriteria-kriteria perancangan antarmuka menurut Ben Shneiderman (1998: 71), interaksi dengan komputer tidak hanya dipengaruhi oleh peralatan *input* dan *output*.

Pemakai sistem komputer juga sering dibutuhkan untuk memahami arti dan efek dari perintah-perintah yang digunakan untuk menyelesaikan beberapa tugas. Selain faktor manusia, pola interaksi juga perlu diperhatikan dalam perancangan antarmuka. Dalam merancang suatu *user interface*, Shneiderman mengemukakan terdapat delapan buah aturan yang harus diperhatikan, sebagai petunjuk dasar yang baik untuk merancang suatu *user interface*. Delapan aturan ini disebut dengan *Eight Golden Rules of Interface Design*, antara lain: konsisten, pemakaian *shortcut*, *feedback* yang informatif, merancang dialog pada penutup, menerapkan pencegahan kesalahan dan penanganan kesalahan yang mudah, mudah kembali ke tindakan sebelumnya, mendukung tempat pengendali internal (*internal locus of control*), mengurangi beban ingatan jangka pendek.

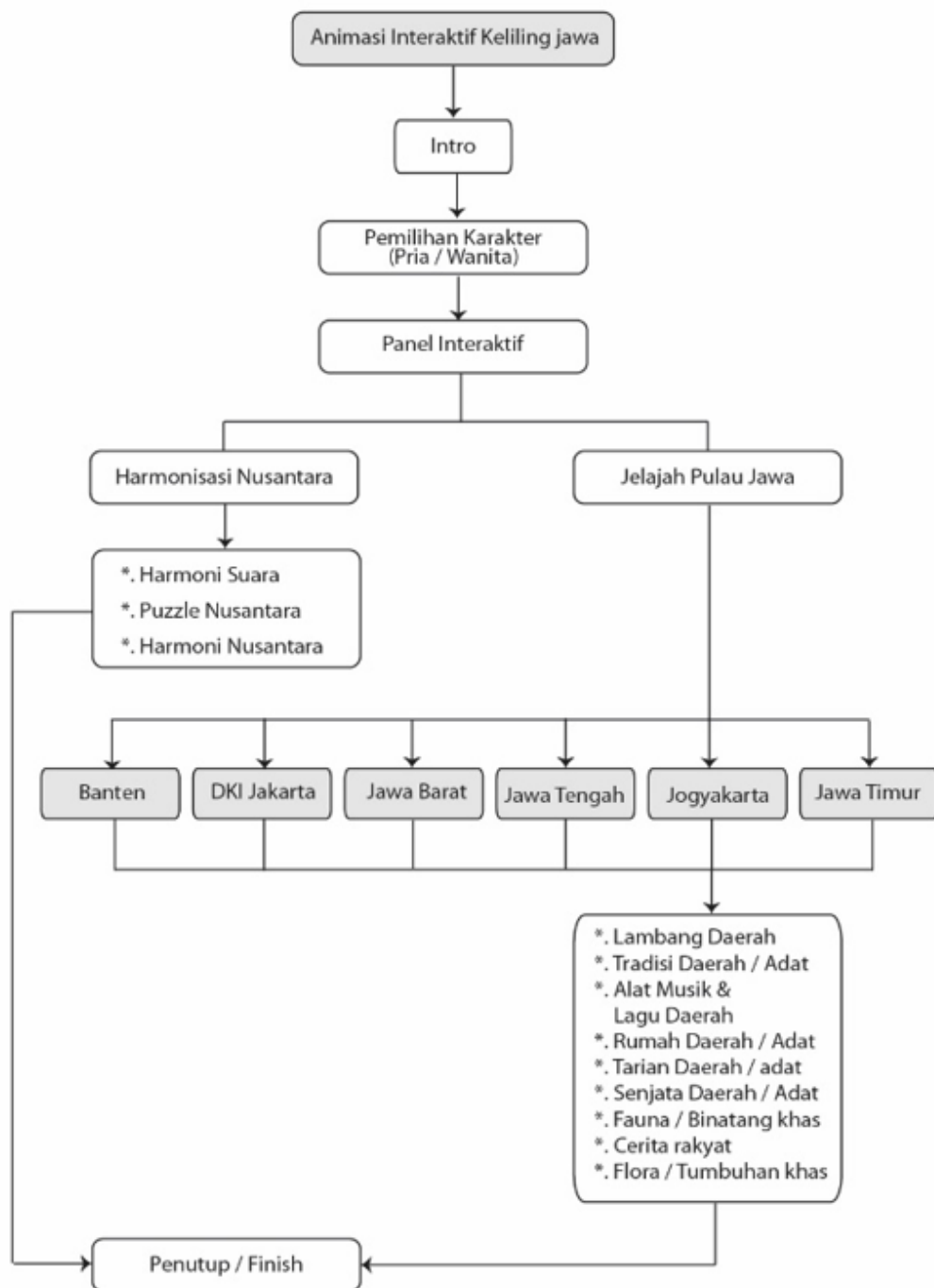
User Experience (UX)

User experience (UX) adalah sebuah pengalaman yang dibuat oleh sebuah produk kepada orang-orang sebagai penggunanya di dunia nyata. Dengan kata lain UX meliputi tentang bagaimana orang merasakan tentang sebuah produk serta kesenangan dan kepuasan ketika menggunakannya, melihat, memegang dan membuka atau menutup produk tersebut. UX menitikberatkan kepada fungsi di luar suatu produk dengan bersentuhan langsung dengan produk tersebut secara langsung atau terdapat kontak antara pengguna dengan produk. Pada dasarnya suatu produk yang dibuat/dirancang sedemikian rupa untuk menjadi daya tarik mata dan terlihat nyaman untuk digunakan untuk pengguna/user. *User experience* mempunyai tujuan bagi sebuah produk interaktif, yaitu agar produk tersebut memiliki sifat-sifat memuaskan, menyenangkan, mengikutsertakan, mengembirakan, menghibur, menolong, memotivasi, mendukung kreativitas, menstimulasi, membuat nyaman, memprovokasi dan mengejutkan.

Hasil dan Pembahasan


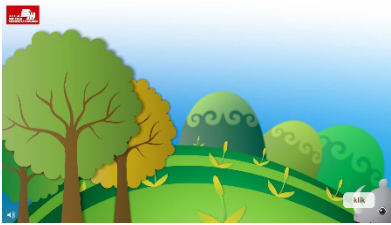

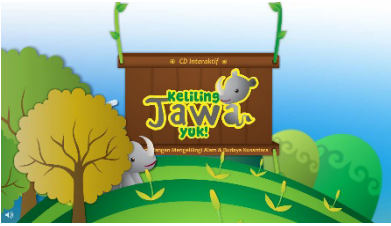

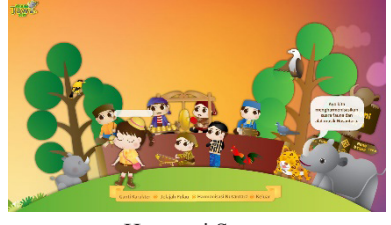
Melalui animasi interaktif “Keliling Jawa”, budaya Jawa dipublikasikan melalui budaya visual di mana budaya visual adalah tautan wujud kebudayaan konsep (nilai) dan kebudayaan materi (benda) yang dapat segera di tangkap oleh indera visual (mata) dan dapat dipahami sebagai model pikiran manusia untuk meningkatkan kualitas hidupnya. Menurut Piliang, unsur visual adalah unsur dominan. Saat ini unsur visual didekati dari berbagai pendekatan, bagaimana visual tersebut terkait dengan orang yang melihatnya.

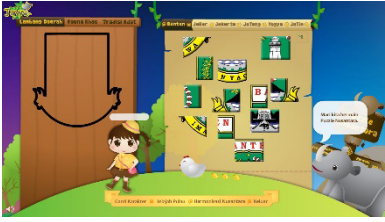
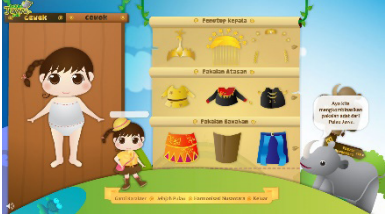
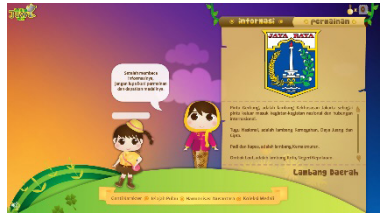
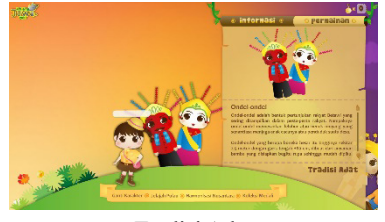

Budaya visual berusaha memahami budaya lewat dari ketidaksadaran tatapan yang mengacu pada teori Jacques Lacan, yaitu budaya visual berkonsentrasi pada penglihatan atau tatapan terhadap informasi yang memiliki sebuah nilai atau hanya sekedar sebuah hiburan yang di tentukan oleh konsumen melalui teknologi visual. Dalam penelitian ini, dilakukan analisis melalui strategi visual yang diciptakan, dengan animasi interaktif. Dalam CD animasi interaktif terdapat bagian-bagian atau segmen-segmen yang mengangkat budaya nasional salah satunya budaya Jawa.



Bagan 1. Segmen Tampilan pada CD Interaktif “Keliling Jawa”
(Sumber: Santo, 2019)

Tabel 1. Segmen Tampilan pada Animasi Interaktif “Keliling Jawa”

Tampilan	Keterangan
 <p>Tampilan Awal</p>	<p>Pada tampilan awal saat memasuki animasi interaktif “Keliling Jawa” terdapat perintah permintaan persetujuan untuk memasuki lebih lanjut animasi interaktif “Keliling Jawa”. Hal ini merupakan bagian dari menarik pengamat untuk berinteraksi lebih lanjut, sebagai bagian dari <i>user experience</i>.</p>
 <p>Tombol Interaksi</p>	<p>Terdapat sebuah tombol di sekitar badak bercula satu. Di sini pengamat diajak berinteraksi melalui sebuah arahan atau tuntunan dengan adanya badak yang dikemas sedemikian rupa sehingga menarik. Badak tersebut menunggu untuk ditekan tombolnya.</p>
 <p>Pemilihan Karakter</p>	<p>Pada bagian ini pengamat diberikan pilihan untuk memilih karakter, sebagai bagian dari pertualangan. Karakter tersebut terdapat 2, yaitu karakter pria dan karakter wanita. Setiap karakter memakai atribut pramuka. Pemilihan karakter dibimbing oleh badak bercula satu (badak Jawa).</p>
 <p>Nuansa Alam</p>	<p>Selanjutnya pengamat melalui visualisasi teknologi interaktif dibawa ke bagian awal, di mana terdapat pohon yang rindang dan bukit yang hijau. Nuansa alam Indonesia tercipta melalui visualisasi animasi interaktif “Keliling Jawa”.</p>
 <p>Harmoni Nusantara</p>	<p>Pada tahap ini pengamat diberikan pilihan untuk memasuki bagian dari interaktif “Keliling Jawa”, dimana terdapat 2 pilihan. yaitu: Harmoni Nusantara dan Jelajah Pulau.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Harmoni Nusantara <p>Dalam harmoni nusantara terdapat 3 segmen atau tiga bagian pertualangan yang sangat menarik untuk diikuti, antara lain:</p>
 <p>Harmoni Suara</p>	<ol style="list-style-type: none"> a. Harmoni Suara <p>Pada harmoni nusantara pengamat diajak untuk mengenal alat musik tiap daerah di pulau Jawa dan juga bunyi satwa-satwa yang terdapat di pulau Jawa.</p>

 <p>Puzzle Nusantara</p>	<p>b. <i>Puzzle Nusantara</i> Terdapat permainan menyusun <i>puzzle</i>. Pengamat diajak untuk mengenali tiap lambang daerah, fauna khas tiap daerah, dan tradisi adat di pulau Jawa, kemudian diajak bermain dalam bentuk <i>puzzle</i>. <i>Puzzle</i> tersebut telah diacak dan pengamat diajak untuk menyusunnya agar sesuai dengan <i>puzzle</i> yang sebenarnya.</p>
 <p>Harmoni Busana</p>	<p>c. <i>Harmoni Busana</i> Pada segmen harmoni busana, pengamat diajak untuk mencocokkan atau mengkombinasikan pakaian adat tiap daerah. Di sini pengamat diajak untuk berinteraksi dan mengingat pakaian tiap tiap daerah di pulau Jawa.</p>
 <p>Lambang Daerah</p>	<p>2. <i>Jelajah pulau</i> Pada area jelajah pulau, pengamat akan di suguhkan beberapa hal, sehingga pengamat akan makin mengetahui budaya lokal suatu daerah. Hal yang akan ditunjukkan dan diceritakan dalam animasi interaktif “Keliling Jawa” ini adalah:</p>
 <p>Tradisi Adat</p>	<p>a. Terdapat lambang daerah dan permainan pada tiap daerah yang akan dikunjungi, disertai penjelasan sehingga pengetahuan akan daerah yang dikunjungi semakin bertambah.</p> <p>b. Tradisi adat dan penjelasannya yang sangat detail namun tidak membosankan. Pada bagian ini pengamat diajak untuk mengetahui permainan adat tiap daerah.</p>
 <p>Alat Musik</p>	<p>c. Pada bagian ini terdapat alat musik dan lagu daerah yang disertai dengan, penjelasan tentang alat musik dan lagu daerah disertai dengan bunyi audio yang dapat diputar lewat tombol <i>play</i> (mulai). Hal ini sangat menarik dan memanjakan pengamat untuk lebih memahami suara dari alat musik yang dijelaskan. Pada segmen ini juga terdapat permainan mengenai alat musik dan lagu daerah tiap provinsi.</p>

Melville J. Herkovits menyatakan bahwa kebudayaan merupakan sesuatu yang bersifat *superorganic*, karena kebudayaan bersifat turun temurun dari generasi ke generasi berikutnya, walaupun manusia yang ada di dalam masyarakat senantiasa silih berganti disebabkan kematian dan kelahiran (Soekanto, 2006: 150). Dengan demikian bahwa kebudayaan yang

diwariskan secara turun temurun tersebut tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Adanya kaitan yang begitu besar antara kebudayaan dan masyarakat menjadikan kebudayaan sebagai suatu hal yang sangat penting bagi manusia. Masyarakat tidak dapat meninggalkan budaya yang sudah dimilikinya. Hal inilah yang melandasi pembuatan CD interaktif “Keliling Jawa”, untuk memberitahukan atau tepatnya melestarikan budaya Indonesia melalui teknologi informasi yang berkembang sesuai tuntutan jaman.

Analisis Strategi Visual Tahap Pertama

Strategi visual CD interaktif “Keliling Jawa” dianalisis menggunakan teori *spacial order*. Pertama-tama akan ditelaah elemen dasar yang terdapat dalam CD animasi interaktif, kemudian atribut dan persepsi. Tampilan awal CD interaktif “Keliling Jawa” memperlihatkan adanya elemen yang terdiri dari titik, garis, bidang.



Gambar 2. Titik yang Membentuk Menjadi Sebuah Bidang.
(Sumber: Santo, 2019)

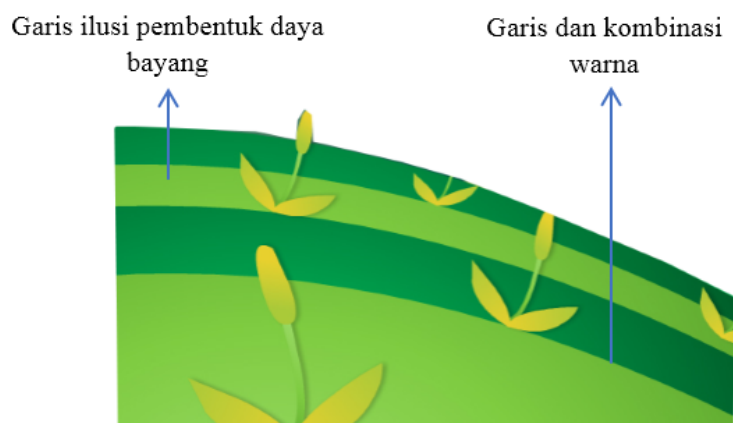
Titik tidak hanya sebatas suatu noktah (dot) saja namun dapat membentuk sebuah bidang. Bidang atau bentuk dapat hadir karena dikelilingi titik atau garis. Hal ini ditemukan pada pembuatan pohon pada CD animasi interaktif “Keliling Jawa”, di mana titik tersebut diperbesar dan diatur posisinya membentuk sebuah pohon yang dinamis dan mempunyai fokus dalam komposisi. Dalam eksplorasi, titik dimunculkan secara berulang secara beraturan ataupun tak beraturan dengan membedakan besaran (besar-kecil secara kontinu) dan jaraknya dapat memunculkan kesan isi, ruang atau volume.



Gambar 3. Garis
(Sumber: Santo, 2019)

Garis mempunyai panjang tanpa lebar, mempunyai kedudukan dan arah, kedua ujungnya dapat berupa susunan titik. Garis merupakan sisi sebuah bidang/bentuk. Garis digunakan untuk mewujudkan bidang atau bentuk, dan struktur. Bahkan garis dapat memberikan arti, simbol, dan ekspresi. Pada papan tampilan yang terdapat tulisan “Keliling Jawa yuk!”, dapat ditemukan bentuk titik yang menjadi garis dan membentuk bidang papan. Garis-garis pada papan menurut teori desain grafis merupakan elemen dasar suatu objek yang selanjutnya menjadi dasar terbentuknya bidang.

Pada Gambar 3, terdapat garis yang membentuk sebuah bidang. Garis tersebut membentuk bidang untuk permainan sebuah logo dari tiap daerah di wilayah Jawa. Garis yang lurus dan melengkung membentuk sebuah bidang mencerminkan kedinamisan dari sebuah garis, dan sebagai penghubung dalam satu komposisi visual. ini menarik dan mempengaruhi daya imajinasi. Garis ilusi adalah garis yang secara perseptual hadir sebagai bentuk daya bayang, pemikiran serta imajinasi terhadap titik, garis, bidang atau bentuk nyata. Garis ilusi dapat ditemukan dalam CD animasi interaktif “Keliling Jawa”, di mana merupakan sebuah bagian dalam strategi visual. Pada gambar berikut dapat dilihat bahwa garis ilusi membentuk bukit yang dipadukan dengan warna.

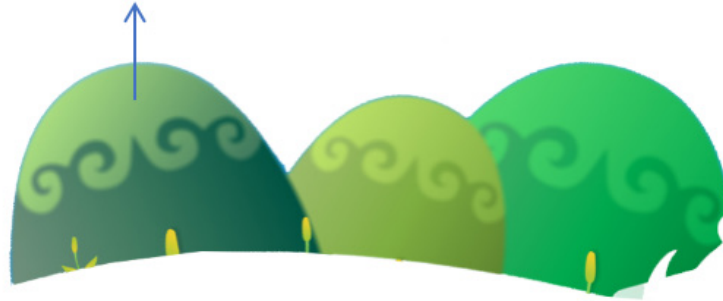


Gambar 4. Garis Ilusi Membentuk Bukit
(Sumber: Santo, 2019)

Objek bukit dihadirkan dalam bentuk garis ilusi yang menggambarkan bidang, bentuk dan ruang di mana terdapat kontur/garis pinggir sebuah bidang/bentuk 2 dimensi maupun 3 dimensi. Bidang atau bentuk seringkali memiliki tekstur, warna, serta ruang, hal ini dapat ditemukan pada gambar berikut.

Titik dan garis dalam membentuk simbol dan ekspresi diwujudkan dalam papan penunjuk pada CD interaktif “Keliling Jawa, di mana terdapat simbol-simbol ciri khas batik yang mewakili tiap provinsi. Sehingga fungsi yang dihasilkan dari titik dan garis menciptakan gambar dan notasi suatu objek atau sistem (Wallschaeger, 1992: 32).

Garis Ilusi membentuk
bidang dan tekstur



Gambar 5. Garis Ilusi Membentuk Gunung
(Sumber: Santo, 2019)

Pada CD animasi interaktif “Keliling Jawa”, atribut yang diberikan adalah ukuran (*size/dimension*), posisi (*position*), orientasi (*orientation*), perputaran (*rotation*), jumlah (*number*), gelap terang (*tone/value*). Ukuran yang diwujudkan dalam CD interaktif ini ditunjukkan melalui gunung berukuran besar dan kecil, ukuran burung yang bertengger di pepohonan di mana tentunya ukuran burung lebih kecil sedangkan pohon yang dihinggapi burung tersebut besar dan kokoh, rumah adat dengan ukuran lebih besar dari ukuran karakter dan juga proporsi dari karakter-karakter yang diciptakan.

Ukuran karakter disesuaikan dengan persektif environment
disekitar, hal ini di ikuti dengan ukuran hewan, alam, rumah
agar tercipta dimensi ukuran yang sesuai.



Gambar 6. Ukuran (*Size/Dimension*)
(Sumber: Santo, 2019)

Penempatan posisi karakter utama diatur di tengah dan antara karakter utama dan karakter pendukung diberi jarak. Jarak antar karakter utama dan karakter pendukung konsisten diterapkan sehingga tercipta keteraturan dan sistematis. Penempatan karakter di tengah seperti

diperlihatkan pada Gambar 7, mempunyai tujuan agar karakter utama yang dipilih menjadi *point of interest* atau fokus utama objek sehingga akan menjadi pusat perhatian. Hal ini diterapkan pada setiap *sequence* yang terdapat dalam interaktif “Keliling Jawa”.



Gambar 7. Posisi Karakter (*Position*)
(Sumber: Santo, 2019)

Tiap objek dalam CD animasi interaktif “Keliling Jawa” mempunyai warna yang variatif di mana *tone* warna yang dihasilkan mewakili kondisi yang terdapat di daerah tersebut. Sebagai contoh DKI Jakarta, memiliki *tone* warna yang dihasilkan dan *background image* berwarna jingga dengan gradasi ke warna ungu. Perpaduan warna tersebut menimbulkan penggambaran akan kondisi udara kota Jakarta yang kurang baik.



Gambar 8. Gelap Terang (*Tone/Value*)
(Sumber: Santo, 2019)

Kesan pola yang mirip dengan interaktif “Keliling Jawa” adalah pada motif batik seperti pada Gambar 8, yang merupakan pengulangan elemen garis imajinasi membentuk bidang yang tersusun sehingga membentuk objek. Ini menciptakan kesan pola berulang.

Penggulangan elemen garis imajinasi membentuk bidang kemudian diulang sehingga membentuk pola atau pattern seperti bidang bulat yang diulang, topi penari dan rumput



Gambar 9. Kesan Berpola (*Pattern*)
(Sumber: Santo, 2019)

Pada visual interaktif “Keliling Jawa” terdapat urutan/aliran (*sequence/flow*) dan hierarki (*hierarchy*) yang diwujudkan melalui bahasa visual, yaitu adanya pemilihan karakter. Karakter terdapat 2 pilihan yaitu pria dan wanita. Kemudian dilanjutkan dengan berpetualang menjelajahi objek-objek yang dimulai dari lambang daerah, tradisi adat, alat musik dan lagu daerah, rumah adat, tarian adat, senjata adat, fauna khas, flora khas, dan cerita rakyat. Urutan dan hierarki inilah yang membuat CD animasi interaktif berkesan stabil, logis dan rasional dan formal.

Ditinjau dari teori animasi dan sinematografi, visual dan pencahayaan dalam animasi interaktif “Keliling Jawa” mempunyai visual karakter sederhana namun tetap menarik, di mana minim akan lekukan dengan tekstur yang tidak terlalu rumit namun dapat dimengerti. *Environment* yang tercipta pun tidak terlalu detail namun dapat merefleksikan benda aslinya di kehidupan nyata dan membantu imajinasi. Hal ini dapat dilihat pada gambar di bawah berikut.



Gambar 10. Karakter Visual (*Image*) pada Animasi Interaktif “Keliling Jawa”
(Sumber: Santo, 2019)

Pada penciptaan sebuah karakter animasi diperlukan seni desain sebagai acuan peta kerja (*road map*) dan perencanaan aksi dari karakter animasi. Dalam mendesain karakter diperlukan pengetahuan akan anatomi yang baik serta menguasai perangkat lunak (*software grafis*).

Sisi kepribadian karakter dilihat dari visual yang tercipta pada ekspresi wajah yang tersenyum, sehingga penonton pun akan tersenyum karena faktor emosi psikologis yang dimunculkan. Aksi dalam perjalanan interaktif “Keliling Jawa” langsung terhubung ke penonton. Ada perbedaan ukuran, volume, dan proporsi pada visual karakter yang menciptakan ilusi, gerakan lebih cair dan dinamis, serta lebih baik dalam rangkaian tindakan yang realistis. Dalam animasi, sistem pergerakan tubuh pada karakter visual, (binatang atau makhluk hidup lainnya) bergerak mengikuti pola/jalur (maya) yang disebut *arcs*.

Hal ini memungkinkan mereka bergerak secara *smooth* (halus) dan lebih realistis, karena pergerakan mereka mengikuti suatu pola yang berbentuk lengkung (termasuk lingkaran, elips, atau parabola). Pola gerak semacam inilah yang tidak dimiliki oleh sistem pergerakan mekanik/robotik yang cenderung patah-patah. Pola ini dapat ditemui pada animasi interaktif “Keliling Jawa”. Gerakan-gerakan tambahan pada animasi CD “Keliling Jawa” dapat dijumpai untuk memperkuat gerakan utama sebuah animasi tampak lebih realistis. *Secondary action* tidak dimaksudkan untuk menjadi pusat perhatian sehingga mengaburkan atau mengalihkan perhatian dari gerakan utama. Kemunculannya lebih berfungsi memberikan *emphasize* untuk memperkuat gerakan utama. Contoh: figur atau karakter animasi mengayun-ayunkan tangannya. Gerakan mengayun-ayunkan tangan dan mengelengkan kepala inilah *secondary action* untuk gerakan berjalan. Hal lain yang dapat ditemukan adalah gerakan awan dan rumput merupakan *secondary action* pada animasi interaktif “Keliling Jawa”. Lingkungan (*environment*) dibuat untuk mendukung suasana atau *mood* yang ingin dicapai dalam sebagian atau keseluruhan *scene*, juga ditemukan dalam animasi interaktif “Keliling Jawa” di mana diketahui lingkungan yang dibentuk dalam animasi (*staging*).

Musik dalam animasi menurut Fischhoff (2005: 2-3) berfungsi untuk menambah efek pendengaran terhadap pengalaman visual. Sehingga musik merupakan salah satu cara paling sederhana dalam menyampaikan pesan, walaupun kadang terdengar tapi tidak disadari oleh penonton. Hal ini diterapkan oleh CD animasi interaktif “Keliling Jawa” di mana di dalam animasi terdapat alunan musik, suara narasi serta suara permainan dari alat musik dan lagu daerah yang menciptakan *mood* emosional membawa pengamat seperti ke daerah yang dituju.

Dalam kasus CD animasi interaktif “Keliling Jawa” sebagai objek penelitian, dapat dianalogikan aspek formalistik yang telah dibedah melalui teori *spacial order* dan teori animasi yang didukung oleh mendukung *user interface* dan *user experience* desain, di mana menurut Jesse James Garrett, 2011, adanya interaksi pengguna dalam menanggapi pesan visual yang dibentuk dan penyampaian dari visual kepada pengguna mempengaruhi perilaku pengguna. *User experience* dalam CD animasi interaktif “Keliling Jawa” memberikan pengalaman yang tidak membosankan dan tidak banyak membuat pengguna/pengamat/audien berpikir, tetapi diberikan pengalaman berpetualang dengan berbagai informasi serta permainan yang sangat mengasikkan lewat sistem navigasi dan visual yang sederhana tetapi mirip/serupa. Pengguna/pengamat/audiens diajak terlibat dan masuk merasakan pengalaman berkeliling pulau Jawa.

Simpulan

Strategi visual ditinjau dari segi formalistik CD animasi interaktif “Keliling Jawa” dan dievaluasi menggunakan kriteria, prinsip, dan fenomena teori-teori yang bersifat sintaktis, di mana terdapat elemen, atribut dan persepsi, serta teori-teori yang bersifat pragmatis yaitu teori animasi, teori komunikasi dan teori UI/UX. Hasilnya adalah animasi interaktif “Keliling Jawa” memenuhi sebagian besar prinsip dan teori-teori tersebut. Hal ini mengidentifikasi bahwa CD animasi interaktif “Keliling Jawa” mempunyai penampilan strategi visual yang efektif dan menarik. Segi formalistik CD animasi interaktif “Keliling Jawa” menghasilkan bentuk *image* visual yang kreatif, dinamis, formal dan terstruktur. kesan stabil, logis, rasional dengan urutan/ hierarki alur cerita yang tercipta juga memudahkan pengguna dalam memahami maksud dan tujuan penyampaian dari visual.

Proses penyampaian pesan melalui teori komunikasi dan teori UI/UX menghasilkan pengetahuan akan kebudayaan yang signifikan di mana informasi yang disampaikan melalui medium bahasa audio dan visual yang tertata rapi (mempunyai alur, tata bahasa singkat, lugas, dan mudah dimengerti) disertai kemudahan interaksi yang bersifat membujuk, mempengaruhi sikap mental positif penerima informasi. Navigasi interaksi yang sederhana, dengan desain tata muka yang rapi disertai konsistensi visual ikut menambah pengalaman yang didapatkan, sehingga strategi visual dan proses penyampaian pesan budaya dinilai sangat efektif sebagai alat publikasi dan promosi dalam mendukung pelestarian budaya dan menambah pengetahuan akan budaya bagi generasi muda.

Referensi

- Ambrose, Gafine dan Paul Harris. 2005. *Basic Design 02: Layout*. Lausanne: AVA Publishing SA.
- Bittner, John R. 1977. *Mass Communication*. New York: Prentice-Hall, Inc.
- Campbell, James H. and Hall W., *Dimension in Communication*. Belmont, California: Wadsworth Publishing & Co., Inc.
- Dewdney, Andrew and Peter Ride. 2006. *The New Media Handbook*. London & New York: Routledge.
- Fiske, John. 1990. *Introduction to Communication Studies*. London: Routledge.
- Hadi, Umar. 1998. *Memahami Desain Grafis*. Katalog Pameran Desain Grafis, Yogyakarta: LPK Visi.
- Hartson, Rex dan Pardha Pyla. 2012. *The UX Book Process and Guidelines for Ensuring a Quality User Experience*. Elsevier.
- Little, David. 2011. *User Interface designer*. DDH.
- Maestri, George. 1999. *Introduction Digital Character Animation 2*. USA: New Riders Publishing.
- Peursen, Van. 1976. *Strategi Kebudayaan*. Yogyakarta: Kanisius.
- Sachari, Agus. 2007. *Budaya Visual Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Scramm, Wilbur. 1966. “How Communication Work”, dalam *The Process and Effects of Masss Communication*, ed. Wolbur Scramm, Urbana Univ. of Illinois Press.
- Tabrani, Primadi. 1995. *Belajar dari Sejarah dan Lingkungan*. Bandung: Penerbit ITB.
- Tanudikusumah, Djajusman. 1984. *Citra Komunikasi*, Jakarta: UI.

- Taylor, Richard. 1996. *The Encyclopedia of Animation Technique*. London: Quarto Publishing.
- Wallschlaeger, Charles, dan Busic, Cynthia-Snyder. 1992. *Basic visual concept and principles – for artis, architects and designers*. New York: Mc Graw Hill
- Quesenbery, Whitney and Daniel Szuc. 2011. *Global UX: Design and Research in a Connected World*.
- Whitaker, Harold dan John Halas. 2006. *Timing for Animation*. Singapore: Elsevier.